

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dengan berbagai macam media. Pemanfaatan animasi dalam video terkadang memberikan daya tarik tersendiri. Video iklan adalah media pemasaran yang mencakup lima unsur multimedia yaitu : video, gambar, animasi, teks dan suara. Dalam sebuah iklan memungkinkan juga menggunakan *motion graphic*.

*Motion graphic* adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis. Konteksnya adalah infografis yang didesain bergerak seperti yang ada pada media audio visual. Teks dan grafis termasuk dalam *motion graphic* yang biasa dilihat dalam titles untuk film, bumber dan elemen-elemen grafis yang muncul di layar kaca. Keunggulan dari *motion graphic* adalah bisa memvisualisasikan apa yang tidak bisa divisualisasikan oleh teknik iklan lain seperti brosur, pamflet ataupun video *liveshoot* sekalipun. Kora – Kora café berharap dengan adanya iklan promosi ini dapat menarik pelanggan untuk datang ke café.

*Cafe* merupakan tempat yang tidak asing terdengar ditelinga semua orang, *cafe* sendiri biasanya menjadi tempat untuk melepas penat dan lelah setelah berutusias seharian. Pada era modern sekarang ini, *cafe* sudah banyak menjamur diberbagai kota dan mudah ditemui. Kora-Kora Café yang berada di Kota Klaten, tepatnya di Jalan Kaliworo, Sumbersari, Prawatan, Jogonalan, Klaten ini merupakan tempat berkumpul yang nyaman dengan fasilitas dan promo makanan

yang menggoda. Akan tetapi itu semua tidak akan maksimal jika tidak adanya iklan promosi karena pelanggan tidak akan mengetahui bahwa ada tempat bersantai dan berkumpul bersama yang luar biasa karena kurang maksimal dalam mempromosikan tempatnya. Iklan promosi *motion graphic* ini digunakan untuk mengikat pelanggan untuk datang ke Kora-Kora Café.

Kora-Kora Café membutuhkan media informasi audio visual yang dapat menginformasikan beberapa keunggulan yang dimiliki. Untuk media informasi yang digunakan yaitu ada beberapa solusi, bisa melalui iklan video televisi, radio, koran, videotron dan media sosial. Dari sekian banyak media informasi yang dapat digunakan peneliti memilih iklan media sosial sebagai solusi dan cara yang tepat karena media sosial dapat menjangkau seluruh kalangan masyarakat luas terutama kalangan anak muda.

Dari masalah tersebut maka penulis ingin membuat sebuah media promosi sebagai media penunjang untuk Kora-Kora Cafe Jogonalan, Klaten. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO IKLAN DENGAN TEKNIK MOTION GRAPHIC PADA KORA-KORA CAFÉ”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu :

“Bagaimana merancang dan membuat media promosi untuk Kora-Kora Café dengan menerapkan teknik *motion graphic*?”

### 1.3. Batasan Masalah

Karena luasnya dalam penyusunan laporan ini, maka penulis membatasi hanya beberapa hal berikut ini :

- a. Video Promosi berdurasi tidak kurang dari 60 detik.
- b. Menggunakan format video H.264 dengan kualitas HDV/HDTV 1080p 25fps ukuran yang digunakan 1920 px 1080 px.
- c. Penelitian hanya membahas pada teknik dan membuat media promosi sesuai dengan apa yang sudah diinformasikan dari objek.
- d. Penelitian hanya membahas pada tahap produksi media promosi dan tidak membahas pada dampak pembuatan iklan tersebut.
- e. Video akan diserahkan pada pihak Kora-Kora Cafe.

### 1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Mampu merancang dan membuat Media Promosi Pada Kora-Kora Cafe dengan tujuan :

- a. Sebagai syarat kelulusan untuk menyanggah gelar sarjana komputer dalam bidang informatika dan komputer pada Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Membuat Media Promosi Pada Kora-Kora menggunakan teknik *motion graphic*.
- c. Membuat Media Promosi yang dapat menarik minat masyarakat kepada Kora-Kora Cafe.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Manfaat bagi Penulis**

- a. Mendapatkan pembelajaran serta pengetahuan baru dalam menerapkan ilmu yang di dapat selama menempuh studi di Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- b. Mampu menimbang kemampuan dalam mempraktekkan ilmu yang di dapat di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

### **1.5.2. Manfaat bagi Objek Penelitian**

1. Sebagai media promosi pada Kora-Kora Cafe.
2. Mengenalkan Kora-Kora Cafe kepada masyarakat Jogonalan, Klaten dan sekitarnya.
3. Mampu meningkatkan daya saing Kora-Kora Cafe dengan Cafe lainnya dalam menarik perhatian masyarakat.

### **1.5.3. Manfaat bagi Masyarakat**

1. Mempermudah masyarakat memilih *cafe* yang tepat untuk tempat tujuan bagi mereka untuk memanjakan lidah.

## **1.6. Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode yaitu:

## **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

### **1.6.1.1. Metode Observasi**

Metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti serta pencatatan secara cermat dan efektif.

### **1.6.1.2. Metode Wawancara**

Metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada pihak Kora-Kora Cafe. Adapun wawancara yang dilakukan dengan pemilik secara langsung sehingga mendapat data yang diperoleh lebih akurat.

### **1.6.1.3. Metode Kuesioner**

Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dalam penelitian survei diperlukan jumlah populasi yang cukup besar jika penelitiannya menginginkan hasil yang mencerminkan kondisi nyata di lapangan [1].

## **1.6.2. Metode Analisis**

Dalam hal ini penulis menggunakan metode analisis SWOT. SWOT itu sendiri adalah singkatan dari *Strength (S)*, *Weakness (W)*, *Opportunities (O)*, dan *Threats (T)* yang berarti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

## **1.6.3. Metode Perancangan**

Perancangan dalam sebuah media promosi diperlukan untuk menentukan hasil yang akan dicapai. Media promosi tersebut nantinya akan dibuat melalui tiga proses yaitu proses pra produksi, proses produksi dan proses pasca produksi.

### 1.7. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah pada permasalahan dan terstruktur maka dibuat dalam beberapa bab berdasarkan pokok-pokok permasalahan, yang diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang iklan dan menampilkan teori tentang *motion graphic* dan tahap-tahap dalam pembuatan media promosi serta menjelaskan tentang *software* yang akan digunakan.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang analisis yang digunakan yaitu analisis masalah, analisis kebutuhan sistem dan analisis SWOT.

#### **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang bagaimana mengimplementasikan teknik *motion graphic* pada Kora-Kora Café dan akan menjelaskan perancangan secara teknis serta memaparkan hasil.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil pengumpulan data serta beberapa saran untuk bahan peninjau selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang buku yang menjadi sumber referensi penulis dalam penulisan laporan skripsi.

